



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2019/2020

Nº de Proyecto **192**

Título del proyecto

AC-Innovación. Espacio web de innovación y prácticas docentes en comunicación y arte

Nombre del responsable del proyecto

Miguel Ángel Chaves Martín

Centro

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento

Teorías y Análisis de la Comunicación (anterior CAVP II)

Madrid, junio 2020

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

AC-Innovación se plantea como una plataforma digital para actividades de innovación y prácticas docentes destinada a alumnos de las áreas de Ciencias Sociales y Humanidades dentro de las titulaciones de Grado y Máster en Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Historia del Arte y Bellas Artes, como espacio web de difusión, por parte de aquellos alumnos que deseen integrarse, de los trabajos realizados e inicialmente planteados a través de esta intranet, facilitando su conocimiento y divulgación, con los consiguientes beneficios que esto implica tanto en el ámbito académico e investigador como en el laboral. Partiendo de proyectos anteriores, se creó en primer lugar la estructura de la plataforma online y el diseño de sus elementos, haciendo la posterior implementación con datos actualizados, poniendo así en práctica la posibilidad de presentar y divulgar el resultado de los mejores trabajos y prácticas docentes elaborados durante el curso académico, tanto en el aula como fuera de ella.

El planteamiento inicial de la plataforma integraba las áreas de Ciencias Sociales y Humanidades en el ámbito de las relaciones Arte, Comunicación Audiovisual y Publicidad, creando un espacio virtual abierto a la difusión de los primeros trabajos de investigación de los alumnos (trabajos de Fin de Máster y de Fin de Grado), a la innovación docente (aplicación de nuevas tecnologías para la práctica docente) y al mundo laboral (entrevistas a profesionales de los diferentes sectores implicados, reseñas de eventos profesionales, exposiciones, etc.). Con el nuevo espacio web se aúnan y dan continuidad a proyectos anteriores vinculados a la difusión de trabajos de inicio a la investigación (ACReserach. Plataforma digital para jóvenes investigadores en artes plásticas, arquitectura y comunicación en la ciudad contemporánea. Convocatorias 2014 y 2015) y a la aplicación de nuevas tecnologías para la innovación y prácticas docentes (Plataforma online para alumnos de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas e Historia del Arte). Convocatorias 2017 y 2018), enmarcándose así plenamente dentro de los nuevos criterios establecidos por el Plan de Bolonia en la configuración del Espacio Europeo de Educación Superior, entre cuyos objetivos está la necesidad de potenciar las aptitudes y destrezas del alumno en el proceso educativo mediante un incremento considerable de su participación en el mismo, tanto en el desarrollo de los cursos como en el momento final, especialmente importante, en el que se requieren nuevos impulsos que estimulen pautas y orientaciones en el proceso a seguir. Atendiendo a las directrices del nuevo Plan, la incorporación de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) a la metodología docente universitaria se hace imprescindible para acometer el reto de la construcción de una Europa del conocimiento basada en la calidad del sistema educativo, facilitando con ello la inexcusable reformulación del papel y práctica pedagógica del docente y el desarrollo e interacción de las destrezas y potencialidades cognitivas del alumno. En este sentido, las nuevas tecnologías facilitan el desarrollo de una acción formativa flexible, centrada en el estudiante y adaptada a sus características y necesidades, y así se ha entendido la idoneidad y oportunidad de crear, desarrollar y actualizar la plataforma online de prácticas docentes e investigación objeto de este proyecto.

El **Objetivo Principal** del proyecto es CONFIGURAR la estructura definitiva y los contenidos actualizados de la plataforma online de divulgación de prácticas docentes e investigación desarrollada para alumnos de Ciencias Sociales y Humanidades en el ámbito de las relaciones entre Artes Visuales, Arquitectura, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Ciudad.

Los **Objetivos complementarios** que se derivan de ello son:

1. MEJORAR la visibilidad tanto en el ámbito académico como fuera de él, de las prácticas académicas realizadas por los alumnos en el aula.
2. INTEGRAR el mundo profesional en el universitario, ofreciendo una oportunidad de realizar prácticas reales complementarias a las asignaturas: entrevistas a profesionales de los distintos sectores implicados, reseñas de eventos profesionales, Ferias y Bienales, galerías de arte, museos, diseño gráfico, exposiciones, crítica de arte, industrias culturales, reseña de publicaciones, nuevas tecnologías aplicadas a la creatividad y la producción artística, etc.
3. CREAR un espacio de trabajo para presentación pública de los trabajos de investigación de los alumnos (Trabajos de Fin de Grado y Fin de Máster, TFG - TFM) de las áreas de Historia del Arte, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Bellas Artes, en un seminario específico con la participación y corrección de los profesores vinculados al proyecto para su posterior publicación en la plataforma de difusión online.
4. DESARROLLAR prácticas derivadas de la creación de la plataforma online: elaboración de contenido audiovisual específico para la misma, redacción de textos, revisión de originales, maquetación y actualización de información, nuevas propuestas de diseño de una identidad visual corporativa, etc.
5. DIFUNDIR a partir de la creación de diferentes perfiles en Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter) esta plataforma entre alumnos y miembros de la comunidad universitaria.
6. ACTUALIZAR la información enriqueciendo la estructura de la plataforma con nuevos contenidos derivados de las actividades prácticas con los alumnos, desarrolladas durante el curso precedente.

2. Objetivos alcanzados

Atendiendo a los objetivos generales y específicos establecidos inicialmente en el desarrollo de la plataforma, y considerando las limitaciones temporales y la reducción en la financiación del mismo, se ha logrado:

- Configurar la estructura y la identidad visual corporativa de una plataforma online de divulgación de prácticas docentes e investigación para los alumnos de las titulaciones de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, e Historia del Arte.

- Integrar el mundo profesional en el universitario ofreciendo una oportunidad de realizar prácticas reales complementarias a las asignaturas: entrevistas a profesionales de los distintos sectores implicados, reseñas de eventos profesionales, Ferias, Bienales, galerías de arte, museos, diseño gráfico, exposiciones, audiovisuales, crítica de arte, industrias culturales, reseña de publicaciones, etc. En la actualidad se está trabajando en todos estos aspectos, habiéndose realizado diferentes contactos con varios profesionales del mundo de la comunicación y el arte con el fin de facilitar futuras entrevistas y colaboraciones con ellos que pasarán a reflejarse en la página web.
- Desarrollar prácticas derivadas de la creación de la plataforma online: elaboración de contenido audiovisual específico para la misma, redacción de textos, revisión de originales, maquetación y actualización de información, nuevas propuestas de diseño de una identidad visual corporativa, etc.
- Actualizar la información enriqueciendo la estructura de la plataforma con nuevos contenidos derivados de las actividades prácticas con los alumnos, desarrolladas durante el curso precedente.

3. Metodología empleada en el proyecto

La Metodología y el Plan de Trabajo contemplan la necesaria revisión y actualización de la estructura de la plataforma, con sus correspondientes contenidos, enriquecidos por las prácticas y actividades docentes desarrolladas durante el curso académico. El espacio web se ha configurado en dos grandes bloques o apartados estructurados a su vez en sub apartados que se irán actualizando y enriqueciendo a medida que la plataforma crezca con la implementación de las nuevas actividades y prácticas desarrolladas en cada curso académico.

1. INNOVACIÓN. Actividades prácticas de clase:

Estudios de comunicación, publicidad e historia del arte destacando sus principales valores y las posibilidades de interacción, análisis de las relaciones comunicación y arte, publicidad y diseño, análisis de textos, análisis de obras artísticas y productos audiovisuales, cultura visual, fotografía, cine, imagen de marca, identidad visual corporativa, etc. Se contemplan también temas de actualidad, en torno a reseñas o crónicas de exposiciones, eventos, ferias de arte, cine, diseño, galerías de arte, museos, audiovisual e hipermedia, arquitectura, centros de arte y creación contemporánea. Se incorporarán también aspectos que atañen al ámbito profesional, la gestión y el mercado del arte, con entrevistas a profesionales de los distintos sectores, tanto artistas como historiadores, publicistas, comunicadores o museólogos.

El bloque se estructurará a su vez en subbloques a medida que los contenidos de la plataforma se enriquezcan con los trabajos que anualmente se llevan a cabo en el aula y fuera de ella en las distintas titulaciones, dando así cada vez mayor relevancia y solidez a este aspecto esencial de la plataforma. La organización de esos subbloques se desarrollará por contenidos temáticos incorporando en todos ellos los distintos medios y recursos utilizados, tanto a nivel textual, documental como audiovisual e interactivo

2. INVESTIGACIÓN. Destinada tanto a alumnos como profesores, para presentar y enriquecer periódicamente la web con aportaciones de investigación o inicio a la misma con sus correspondientes bases metodológicas. Para alumnos: publicación de los Trabajos de Fin de Grado y Fin de Máster de las distintas titulaciones previa presentación pública y corrección por parte de los profesores vinculados al proyecto en un seminario organizado al efecto. Para profesores: publicación de temas de innovación docente e investigación en relación con las prácticas docentes de utilidad para los alumnos.

PLAN DE TRABAJO: fases, actividades, cronograma 2019/2020

Octubre-Diciembre 2019:

- a) Diseño y aplicación de cuestionarios para detectar necesidades y motivaciones en los alumnos.
- b) Revisión y actualización de las secciones de la plataforma.
- c) Actualización de contenidos.

Enero-Febrero 2020:

- d) Propuesta y selección de prácticas de los alumnos para su posterior inclusión en la plataforma. (Esta actividad tiene continuidad hasta final del proyecto, junio 2020 para seguir incluyendo las prácticas de primer y segundo cuatrimestre).

Marzo-Mayo 2020:

- e) Desarrollo de un seminario de metodologías de investigación para los alumnos.
- f) Desarrollo de un seminario de presentación de trabajos realizados (TFG y TFM) con corrección y propuesta de mejoras por parte de los docentes.

Junio 2020:

- g) Redacción del informe final.
- h) Difusión de los resultados y actualización de la información en la plataforma online.

4. Recursos humanos

Profesores UCM:

Miguel Ángel Chaves Martín (*Dpto. Teorías y Análisis de la Comunicación*)

María Dolores Arroyo Fernández (*Dpto. Teorías y Análisis de la Comunicación*)

Pilar Aumente Rivas (*Dpto. Teorías y Análisis de la Comunicación*)

María Isabel García García (*Prof. Titular. Dpto. Historia del Arte*)

María Isabel García García (*Prof. Titular. Dpto. Historia del Arte*)

Profesores Otras Universidades:

Estíbaliz Pérez Asperilla (*UDIMA, Madrid*)

Ángeles Layuno Rosas (*Dpto. Arquitectura. Universidad de Alcalá*)

Contrato FPU

Jennifer García Carrizo

Contratada FPU 2014, Doctoranda en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid.

Alumnos (*Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. UCM*)

Claudia López-Narváez Fernández

Beatriz Martínez López

Sara Pérez Asensio

Ana Belén Sánchez Bautista

5. Desarrollo de las actividades

Una vez desarrollada la idea inicial del proyecto, se atendió la mejora y actualización de sus contenidos y el análisis de la identidad visual corporativa de la plataforma digital, de libre acceso, que promueve contenidos relacionados con el ámbito del arte, siendo así un punto de referencia innovador y transversal.

Con la nueva plataforma ya en curso proporcionamos a los estudiantes y a la comunidad docente contenidos de calidad, especialmente seleccionados por su valor educativo y cultural. Además, partimos de un modelo colaborativo que fomente la participación e implicación de los diferentes públicos de interés. Orientada a estudiantes de las titulaciones de Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, e Historia del Arte para ampliar y complementar los conocimientos relacionados con el ámbito del arte, el objetivo final busca apoyar a los estudiantes en el desarrollo de sus competencias a través de contenidos de interés académicos y proporcionar materiales educativos al personal docente vinculado al ámbito del arte.

Los valores en los que se enmarca la plataforma son los siguientes:

- Ambición: búsqueda de creatividad e innovación.
- Calidad: conocimientos, investigación y experiencia. Rigor en los contenidos.
- Compromiso: con la enseñanza y los diferentes públicos.
- Orientación hacia los resultados: perseguir la excelencia a la hora de cumplir los objetivos.

Así pues, a través de esta misión, visión y valores, mediante la plataforma se espera:

- Diferenciación: Con respecto a otras plataformas del sector.
- Involucrar: Motivar a los propios estudiantes a ser protagonistas en pequeños cambios constantes.

- Eficacia: Desde dos perspectivas; una profesional, comprometida con nuestros públicos y que ofrece un trabajo riguroso, y la otra que da forma a unos resultados satisfactorios y al análisis de los mismos.

Así pues, partiendo de esta idea, se ha estructurado la plataforma online en los siguientes apartados:

- Equipo de Trabajo
- Recursos Docentes
- Prácticas Docentes
- Publicaciones

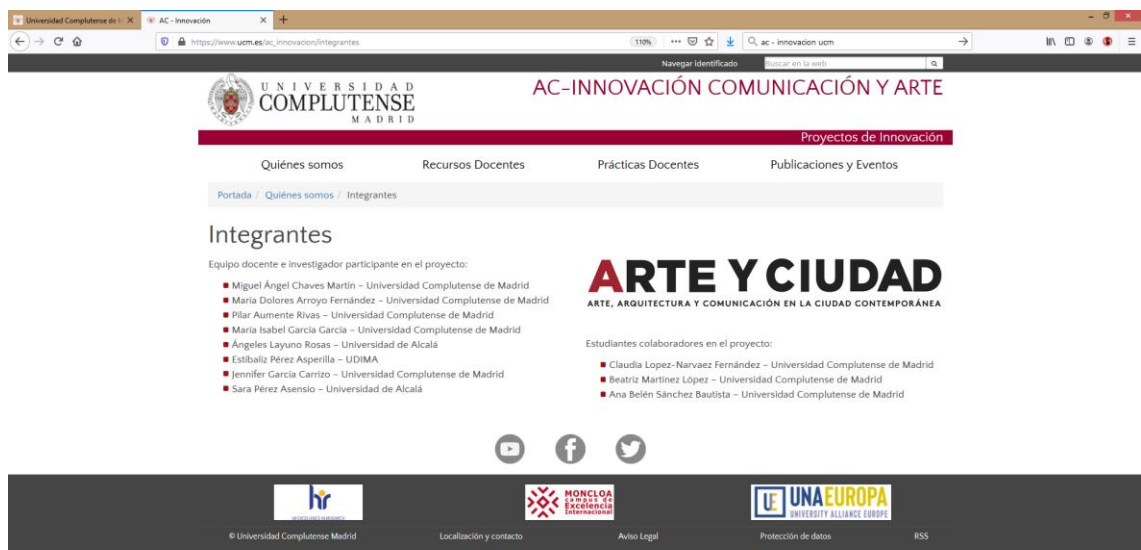
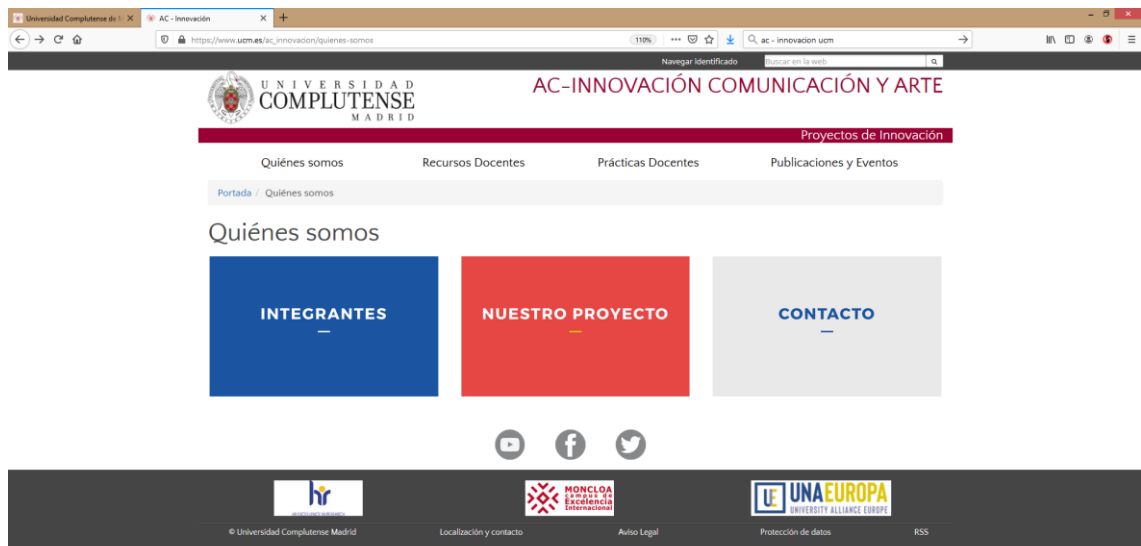
Todo ello atendiendo siempre a la accesibilidad y a la cercanía con el público objetivo prioritario, los alumnos y el cuerpo docente e investigador.

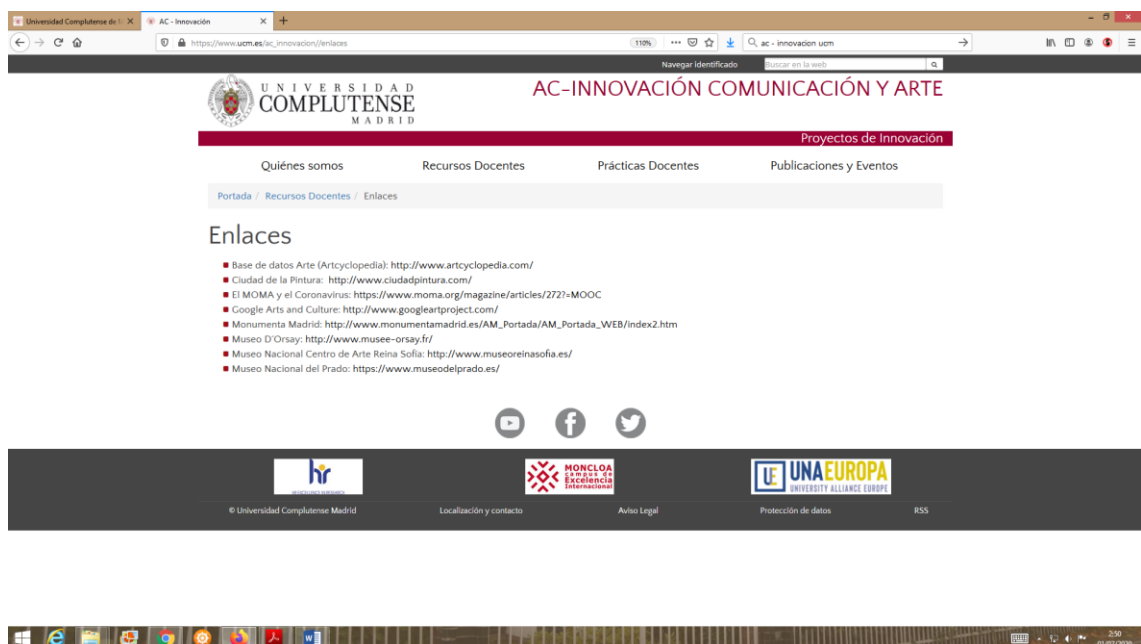
Se han realizado estudios de Análisis de la competencia, Estrategia (Objetivos, posicionamiento y público objetivo), Equipo (visión, misión y valores), Imagen corporativa (Logotipo, Signo gráfico, uso del color y personalidad de la marca), punto fundamental en el que se sigue trabajando actualmente, y propuesta de contenidos. De todo ello se adjunta documentación en el apartado 6 (anexos).

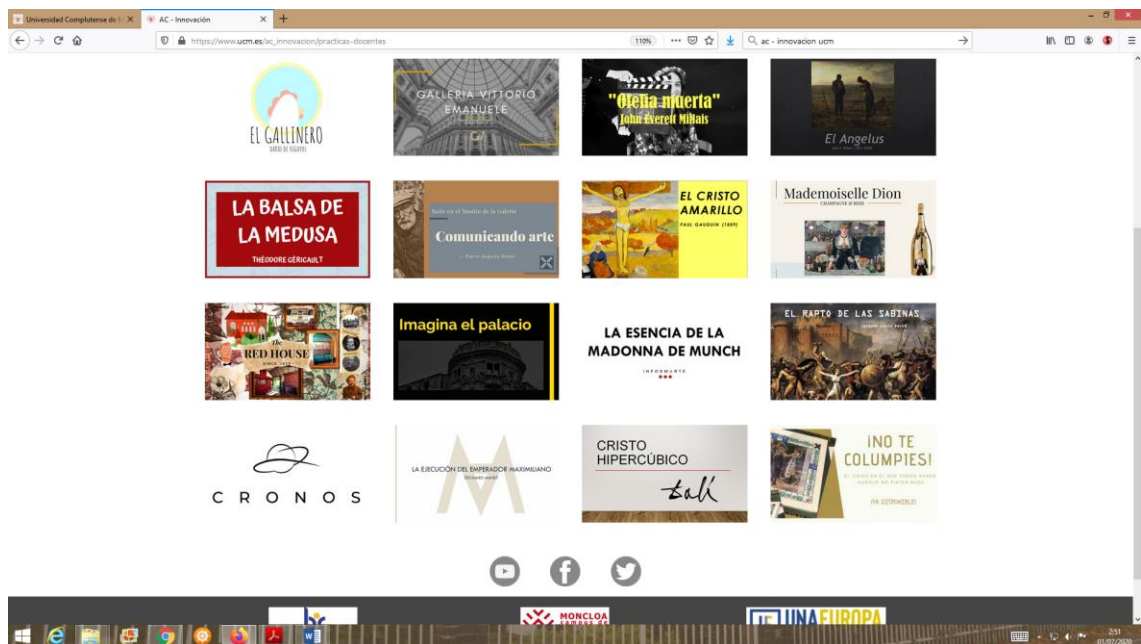
Con el proyecto, enlazado con proyectos anteriores, se logra la creación, desarrollo, mantenimiento y actualización de una plataforma digital complementaria al Campus Virtual Moodle en la que los alumnos pueden difundir sus trabajos presentándose como una oportunidad para tomar contacto con el mundo laboral, ya que la web se plantea como un escaparate de sus trabajos, sus distintas actividades de curso, con lo que el alumno recibe un doble beneficio que redundaba notablemente en su formación, dado que no sólo tiene la oportunidad de difundir sus trabajos, prácticas e investigaciones, sino también la posibilidad de asistir presencialmente a eventos, exposiciones y contacto con profesionales de los diferentes sectores de los que luego realizan la correspondiente reseña, artículo o crítica.

6. Anexos

Se incluyen en este apartado diferentes ejemplos de pantalla dentro de la estructura de la web AC Innovación en los que se pone de manifiesto el desarrollo, mantenimiento y actualización de las diferentes actividades desarrolladas por alumnos y profesores.







Universidad Complutense de Madrid

AC-INNOVACIÓN COMUNICACIÓN Y ARTE

Proyectos de Innovación

Quiénes somos Recursos Docentes Prácticas Docentes Publicaciones y Eventos

Portada / Prácticas docentes realizadas por el alumnado / Un bar aux Folies Bergère - Édouard Manet (1882)

Un bar aux Folies Bergère - Édouard Manet (1882)

Campaña de comunicación y análisis de la obra realizado por Raúl Criado Cores, Lucía Vega Gómez, Lucía Benito González, Virginia Ramos Gracia, César Rivero Cebriá, Miguel Labajos Ortega, Josu Golcochea Sanz, Federico de Juan Montoya, Marina Jacob Galá, Estela López Rita y Javier Trujillo Velasquez.

- Análisis de la obra de arte
- Presentación de la Campaña de Comunicación



YouTube Facebook Twitter

© Universidad Complutense Madrid Localización y contacto Aviso Legal Protección de datos RSS

Universidad Complutense de Madrid

AC-INNOVACIÓN COMUNICACIÓN Y ARTE

Proyectos de Innovación


Quiénes somos Recursos Docentes Prácticas Docentes Publicaciones y Eventos

Portada / Prácticas docentes realizadas por el alumnado / Red House - Philip Webb y William Morris (1859)

Red House - Philip Webb y William Morris (1859)

Campaña de comunicación y análisis del texto realizados por Ana Fernández, Beatriz Balseiro, Candela Ampudia, Cynthia Fernández, Diego Díaz, Katherine Margoth, Ramos Flores, María Vázquez, Nuria Martínez, Ouyang Zhu y Pablo Garrido.

- Análisis de la obra y presentación de la campaña de comunicación
- Ficha técnica de la obra analizada
- Campaña de comunicación - Spot
- Página web de la campaña de comunicación
- Campaña de comunicación - Cartelería



YouTube Facebook Twitter

© Universidad Complutense Madrid Localización y contacto Aviso Legal Protección de datos RSS

Universidad Complutense de Madrid


AC-INNOVACIÓN COMUNICACIÓN Y ARTE

Proyectos de Innovación


Quiénes somos Recursos Docentes Prácticas Docentes Publicaciones y Eventos

Portada / Publicaciones y Eventos

Publicaciones y Eventos



AC RESEARCH / 2015 - PLATAFORMA DIGITAL DE DIFUSIÓN PARA JÓVENES INVESTIGADORES
Isabel García García - Miguel Ángel Chaves Martín (Coords.)
ISBN 978-84-608-6686-2
Madrid, Grupo Arte y Ciudad UCM, 2015



AC RESEARCH / 2016 - PLATAFORMA DIGITAL DE DIFUSIÓN PARA JÓVENES INVESTIGADORES
Isabel García García - Miguel Ángel Chaves Martín (Coords.)
ISBN 978-84-608-6686-2
Madrid, Grupo Arte y Ciudad UCM, 2016

PRÓXIMAMENTE

JORNADAS, CONGRESOS Y OTROS EVENTOS DE INNOVACIÓN Y CALIDAD DOCENTE
Próximamente más información sobre eventos

YouTube Facebook Twitter

353 01/07/2016